



Introducción conceptual con aplicaciones visuales y casos de éxito:
neurotecnologías inmersivas, neuromarketing, neuroretail

Prof. Mariano Alcañiz
Catedrático UPV
Director LENI-UPV



LENI

www.lableni.com



@labLENI



Lab LENI

¿ Es útil esto del Neuromarketing?

¿ Es una moda pasajera?

¿Me sirve para algo lo que me dan?

¿Me puedo fiar de esos datos?

¿Es caro?, ¿Es ético?

INDICE

- * ¿Por qué NMKT?
- * ¡¡Por favor, no me hable del botón de compra!!
- * ¡¡Ojo con las medidas que le den!!
- * ¿Es comparable la realidad virtual con la realidad?
- * Conclusiones y recomendaciones

Más de **26 años** intentando entender mejor la mente humana
Más de **80 personas** trabajando de forma colaborativa



NEUROCIENCIA

Gracias a la **neurociencia**, hallamos una información más **precisa** que nunca sobre el **comportamiento** de las personas.
Un conocimiento aplicable a cualquier ámbito.



OBSERVAMOS



MEDIMOS



CONECTAMOS



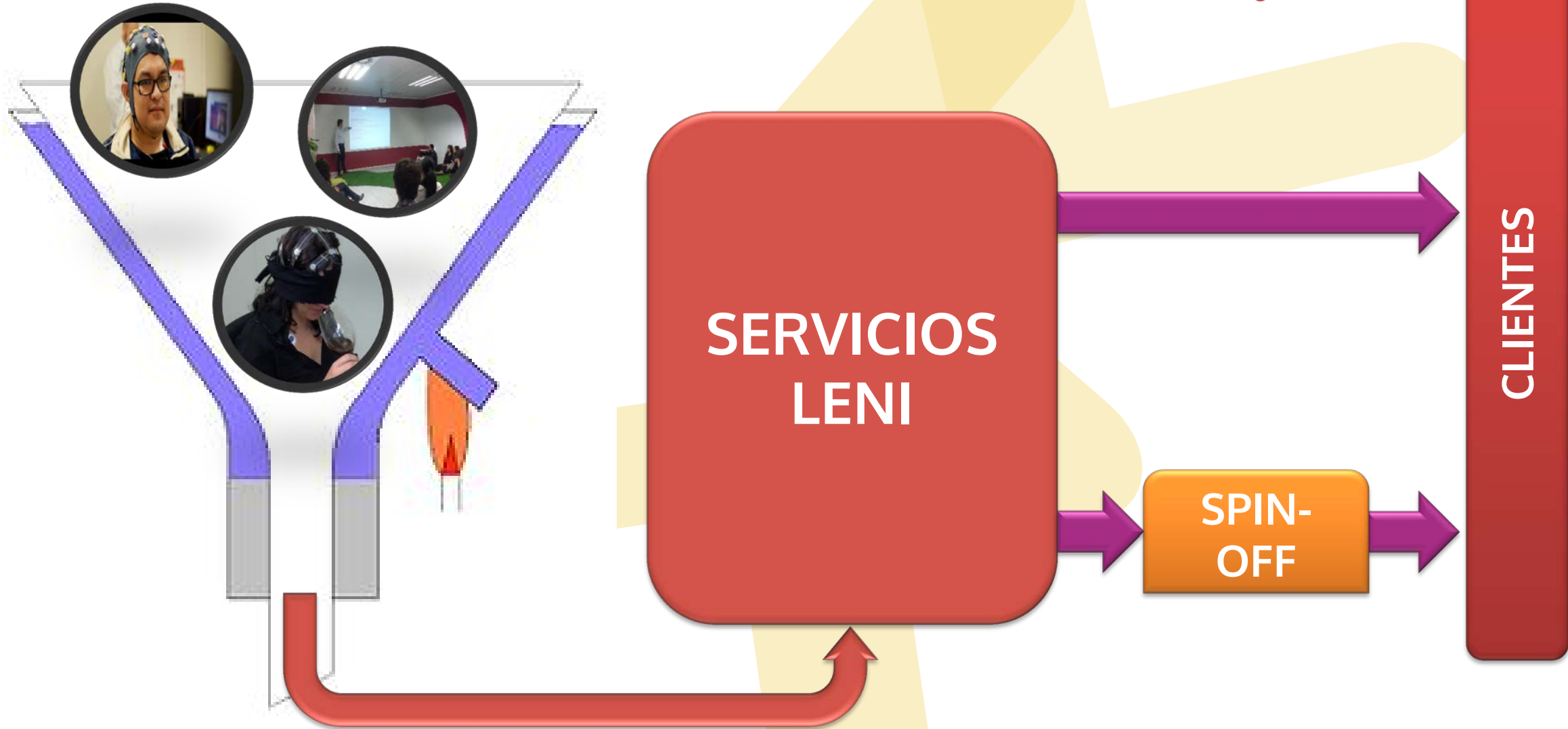
NEUROTECNOLOGÍAS INMERSIVAS

- Virtualización de experiencias
- Medida del comportamiento
- Estimulación e Interacción

ÁREAS DE ACTUACIÓN

- **NeuroMarketing**
- NeuroDiseño
- NeuroManagement
- NeuroRehabilitación
- NeuroEducación
- NeuroArquitectura

NUESTRA ESTRATEGIA



¿Por qué Neuromarketing?



DEFINICIÓN DE MARKETING



Marketing, mercadotecnia: disciplina dedicada al análisis del **comportamiento** de los mercados y de los **consumidores**. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los **clientes** a través de la satisfacción de sus **necesidades**.



DEFINICIÓN DE MARKETING





EMOCIONES Y DECISIONES

INTERACCIONES SOCIALES TRABAJO

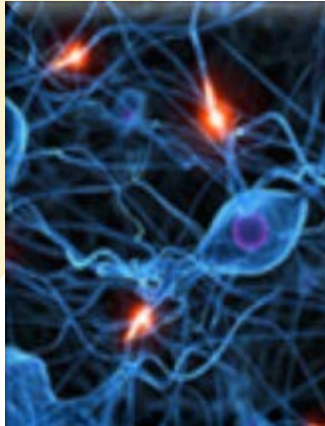
COMPRAR PRODUCTOS

DECISIONES FINANCIERAS

Emociones guían
decisiones humanas
Común en animales y humanos

*Kahneman
Damasio
M. Castells*

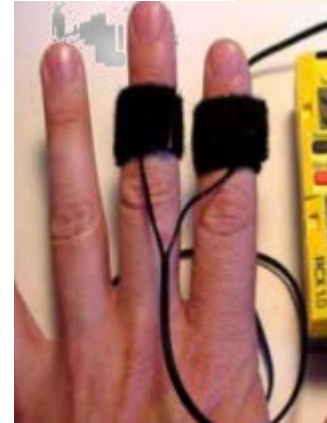
¿CÓMO SABER LO QUE HACE EL CEREBRO?



Cuestionarios

Emoción/memoria

Memoria, tareas recuerdo, Reality monitoring, Emociones, Kansei, escalas analógicas



Fisiología

HR, ECG, GSR, EMG, y sus variaciones, análisis lineal, teoría del caos, análisis no lineal



Cerebro

Actividad cerebral

fMRI, actividad neuronal activity, consumo O₂, biomarcadores



Comportamiento

Gestos, face tracking, eye tracking

Mi comportamiento refleja mis emociones

¿POR QUÉ NEUROMARKETING?

¿CÓMO NO NEUROMARKETING?

¡¡Por favor, no me hable
del botón de compra!!



MITOS E INJUSTICIAS

- Neuroeconomía **SI**, Neuromarketing **NO**
- Marketing **NO** es solo cómo influir en el consumidor para que compre un producto
- Pregunte a psicólogos si existe el “botón del amor”



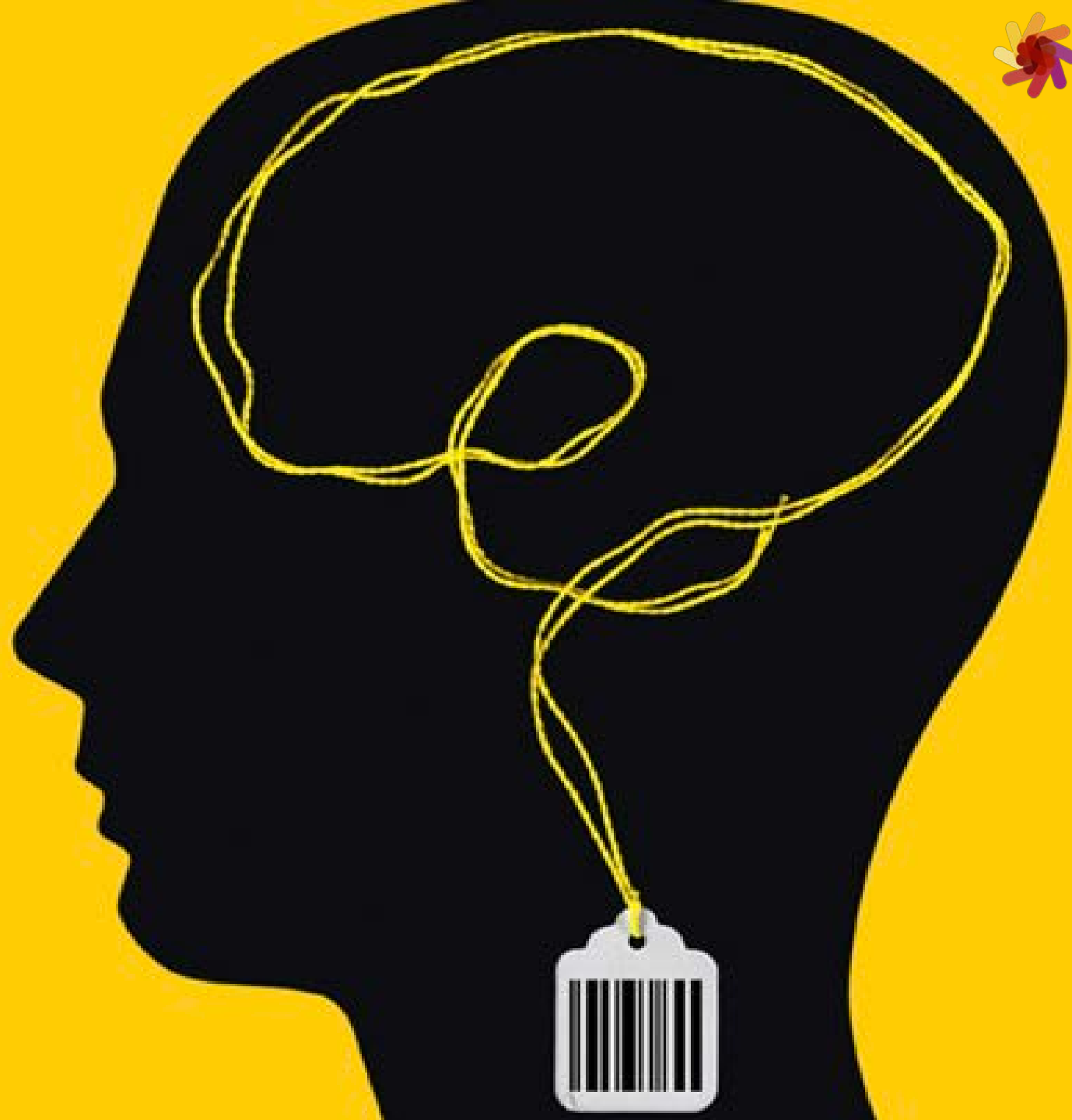
¿POR QUÉ LAS EMPRESAS DEBEN USAR EL NEUROMARKETING?

- No tenga vergüenza de decir que lo usa
- **POR SUPUESTO** que las grandes lo usan
- Marketing, vender más y mejor
- Beneficios consumidor
 - Conocer más productos
 - Datos para crear más productos
 - Personalizar gustos

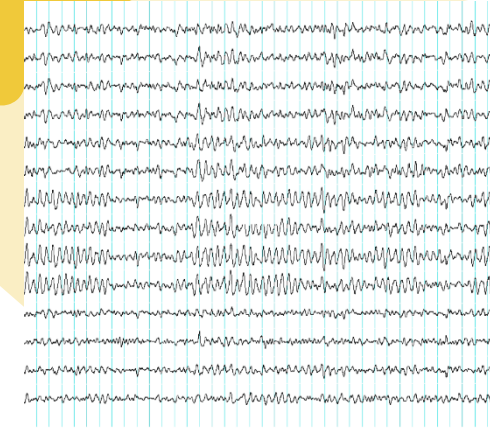




- BOTÓN DE COMPRA **NO** EXISTE
- NEUROMARKETING **ES** ÉTICO
- TRATO DISCRIMINATORIO
NEUROECONOMÍA



¡¡Ojo con las medidas
que le den!!

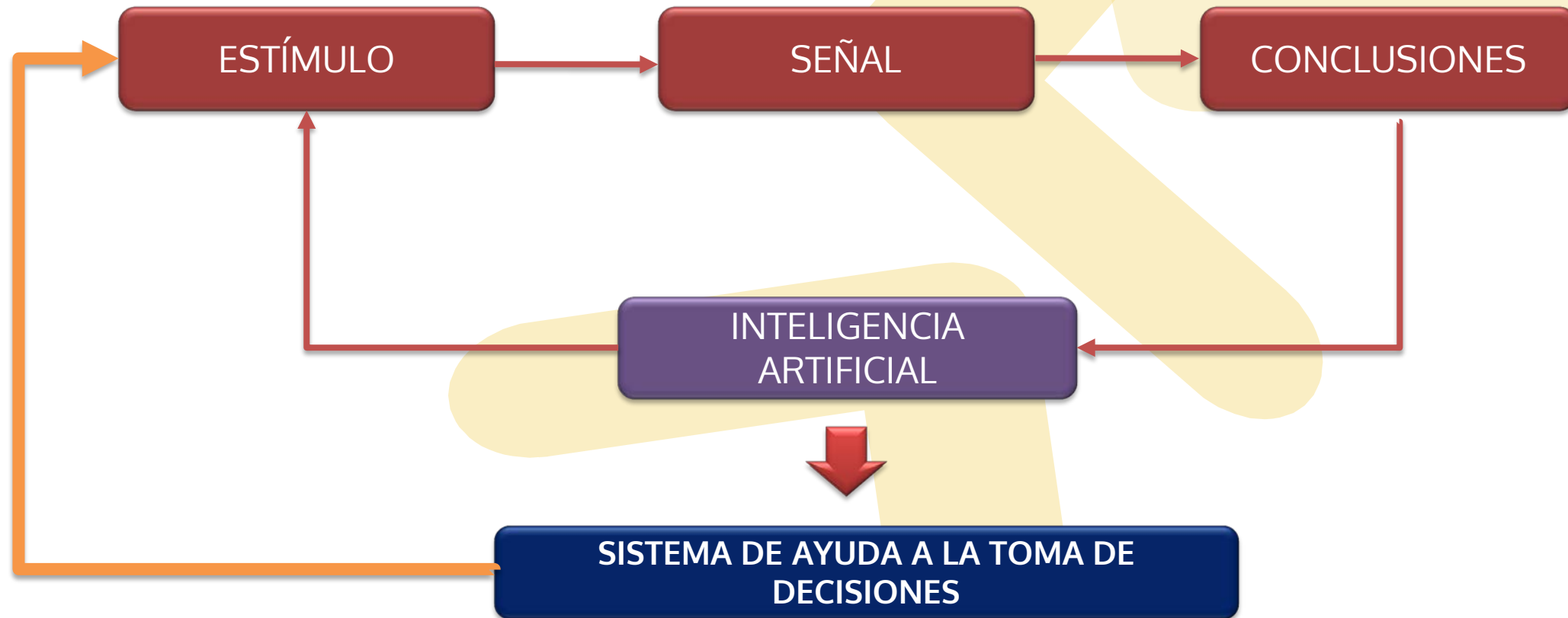


¡OJO CON LOS SISTEMAS DE MEDIDA!

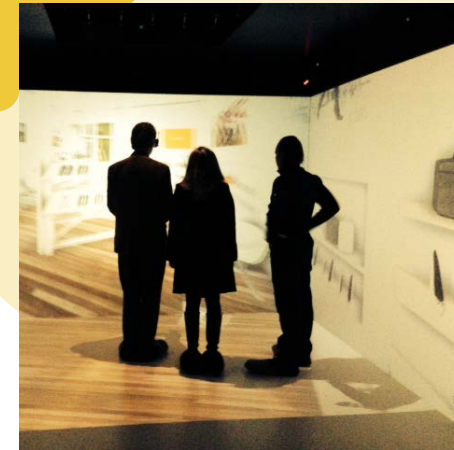
- Señal **NO** son los aparatos
- Ojo con los aparatos
- Captar, pre-procesar, procesar, identificar, clasificar, concluir



EL FUTURO



¿Es comparable la realidad virtual con la realidad?





¿Qué sabemos de la experiencia en el espacio de venta?

Influencia Multisensorial

Visual

Sonora

Olfativa

Háptica/Táctil



En LENI reproducimos la vida en
un ambiente controlado



¿RV y Neurociencia?

Comienzo actividad LENI en 2006

... para simular eventos naturales e interacciones sociales (*Bohil, Alicea and Biocca (2011)*)

.. para presentar estímulos multimodales con un alto grado ecológico de validez y control mientras se recogen cambios en la actividad cerebral

HW RV LOW COST

- SITUACIÓN ACTUAL HW RV LOW COST
- BOOM INTERÉS POR LA RV
- **!!!!LA RV HA RENACIDO!!!!**



Mark Zuckerberg

I'm excited to announce that we've agreed to acquire Oculus VR, the leader in virtual reality technology.

Our mission is to make the world more open and connected. For the past few years, this has mostly meant building mobile apps that help you share with the people you care about. We have a lot more to do on mobile, but at this point we feel we're in a position where we can start focusing on what platforms will come next to enable even more useful, entertaining and personal experiences.

Sin servicio

11:17



< Technology

SUBSCRIBE



BITS BLOG

Did Facebook Buy Virtual Reality Too Soon?

By NICK BILTON

Last Updated: marzo 30, 2014

HW RV LOW COST

- PRECIO CASCO RV 2016 = PRECIO CASCO RV 1992 X **0,002**
- IDEM ENTORNOS DESARROLLO (AHORA GRATIS)
- DESARROLLOS BARATOS DE ENTORNOS VIRTUALES
- INTERÉS EN MARKETING – SIMULAR PUNTOS DE VENTA

**¿SON EXTRAPOLABLES LOS
DATOS DE RV A LA REALIDAD?**

CONCEPTOS BÁSICOS



IMMERSIÓN
PRESENCIA
TRANSFERENCIA

Conclusiones



CONCLUSIÓN 1



EL NEUROMARKETING ES

**ÚTIL
LÓGICO
IMPRESCINDIBLE**

**TECNOLOGÍA DE AYUDA A LA
TOMA DE DECISIONES**

CONCLUSIÓN 2



EL NEUROMARKETING ES
ÉTICO

CONCLUSIÓN 3



SI DECIDE CONTRATAR NEUROMARKETING

PÓNGASE EN MANO DE EXPERTOS

DESCONFÍE DE SERVICIOS QUE LO CUBREN TODO

PIDA EXPLICACIONES DE DATOS

QUE LE EXPLIQUEN LA UTILIDAD EN MARKETING

CONCLUSIÓN 4

SI DECIDE CONTRATAR NEUROVR RETAIL

PÓNGASE EN MANO DE EXPERTOS

DESCONFÍE DE SERVICIOS QUE LO CUBREN TODO

PIDA EXPLICACIONES DE PRESENCIA, METÁFORAS, IMMERSIÓN

QUE LE EXPLIQUEN LA UTILIDAD EN MARKETING

gracias*

Laboratorio de Neurotecnologías Inmersivas · www.lableni.com
Ciudad Politécnica de la Innovación · Cubo Azul - Edif. 8B - Acceso N
Camino de Vera s/n 46022 - Valencia (España) · Tlf: **+34 96 387 75 18**